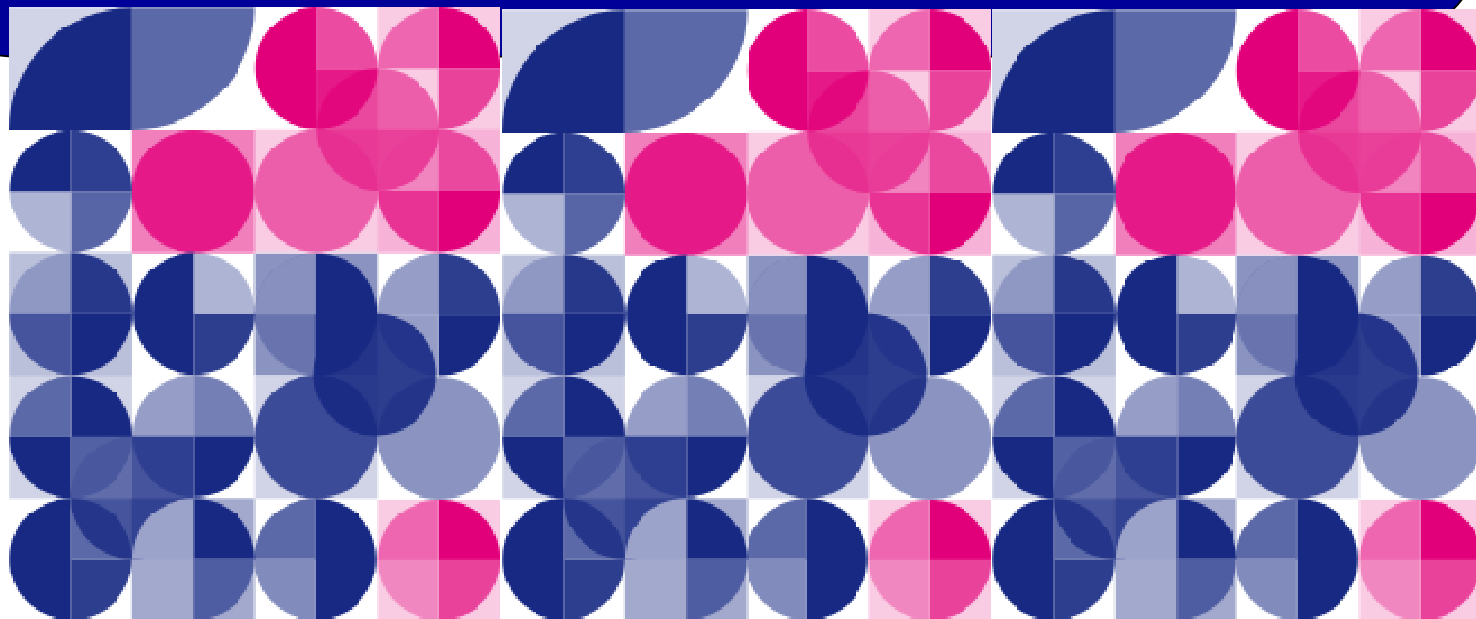


## Informe técnico

# Estudio *de* demanda actual y potencial *del* Partido *de* Mar Chiquita 2019



**Estudio de demanda actual y potencial  
del Partido de Mar Chiquita - 2019**

El presente informe técnico surge a partir de la solicitud de la Dirección de Turismo del Partido de Mar Chiquita de realizar un estudio de demanda turística de manera articulada con la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, desde la asignatura Investigación Aplicada al Turismo con la participación de los estudiantes.

**Estudiantes:**

Acevedo, Marina Sol Del Mar	Hidalgo, Gonzalo David
Alfaro, Yeni Idania	Jones, Valentín
Archipreti, Pablo Andrés	Lazarte, Agostina Mailén
Baños, Melanie	Moreno, María Florencia
Basta, Malena	Otero, Sofía
Bochetto, Antonella Rocío	Panasci, Gastón Iván
Brasero, Antonella Belén	Paone, Sabrina Elizabeth
Cazaux Warman, Julián	Pasalagua, Jerónimo Manuel
Chiatti Heinz, Débora Nadia	Quiroga, Melanie
Corti, Matías Pedro	Raimondi, Fabio José
Curuchet, Guadalupe	Rivas Borges, Naomí
Demetrio, Sofía	Spinoso, Micaela
Demoor, Martina	Stabile, Leonela
Galasso, Chiara Antonella	Tabbia, María Agustina
Galli, Micaela	Tarifa Arenas, Álvaro Raúl
García, Noelia	Tavares, Diego
Giansiracusa, Micaela	Urtizberea, Johanna
González, Mariano Marcelo	Vazquez, Camila
Guaschino, Romina Andrea	Veltri, Romina
Gutiérrez, Melisa	Vera, Virginia Vanesa
Herrera, Carla Romina	

**Docentes:**

Mg. Bernarda Barbini  
Mg. Daniela Castellucci  
Mg. Gonzalo Cruz

Mar del Plata, noviembre 2019

## Índice

Introducción.....	2
Antecedentes.....	3
Marco metodológico.....	3
Resultados.....	6
Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	29

## **Estudio de la Demanda Actual y Potencial del Partido de Mar Chiquita**

### **INTRODUCCIÓN**

El Partido de Mar Chiquita es uno de los 135 municipios de la Provincia de Buenos Aires. Sus localidades son atravesadas por la Autovía Provincial N°2 y la Ruta Provincial N°11. El partido fue fundado el 25 de diciembre de 1839 y su localidad cabecera es Coronel Vidal. Tiene una población de 21.279 habitantes (INDEC 2010).

Este Partido está conformado por las localidades de General Pirán, Coronel Vidal y Vivoratá, que integran el sector mediterráneo, y por Balneario Parque Mar Chiquita, Mar de Cobo y Santa Clara del Mar que constituyen la zona marítima. Dentro de Santa Clara del Mar están los barrios Camet Norte, Playa Dorada, Santa Elena, Frente Mar y Atlántida, y dentro de Mar de Cobo se encuentran los barrios Parque Lago, La Caleta y la Baliza. En estos barrios costeros se puede disfrutar del sol y de la playa, y ofrecen el espacio adecuado para realizar variadas actividades náuticas, disfrutar de la gastronomía típica y conocer los productos artesanales. Por su parte, los atractivos naturales más importantes del partido son la Albufera de Mar Chiquita y la Reserva Mundial de Biosfera Parque Atlántico Mar Chiquito. La superficie de 26.488 hectáreas fue declarada así por la UNESCO en 1996. El paisaje está conformado por un litoral marino, playas, dunas costeras, pastizales, lagunas y bañados pampeanos. Una importante diversidad de flora y fauna conforman el lugar. Todo lo mencionado anteriormente demuestra el gran potencial turístico que posee el territorio.

No obstante, estas condiciones particulares que posee el destino Mar Chiquita no han sido suficientes para atraer a mayor cantidad de turistas durante la temporada estival como así tampoco fuera de ella. En este sentido, la Dirección de Turismo del Partido de Mar Chiquita tiene especial interés en conocer las motivaciones, opiniones y prácticas turístico-recreativas del residente de Mar del Plata, el centro turístico más importante y cercano al Partido, y en particular el del residente que lo conoce y visita. La información generada por este estudio servirá de insumo para la toma de decisiones futuras de este organismo.

En este sentido, el objetivo principal del presente estudio es analizar las características de la demanda turística actual y potencial del Partido de Mar Chiquita, procedente de la ciudad de Mar del Plata. En tanto los objetivos específicos consisten en:

- Describir las motivaciones, prácticas turístico-recreativas y opiniones respecto del Partido de Mar Chiquita que tienen los residentes marplatenses que visitan el destino.
- Describir las prácticas turístico-recreativas y las motivaciones de viaje de los residentes marplatenses que aún no han visitado este Partido.

Se entiende por demanda turística al número de personas que viajan o desean viajar, para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson y Wall, 1990). Esta puede ser actual o potencial. Mathieson y Wall (1990), definen a la demanda actual como aquellas personas que comúnmente viajan a destinos turísticos y utilizan sus servicios e instalaciones; y la demanda potencial como aquellas personas motivadas a viajar pero que no son capaces de

hacerlo debido a diversas limitaciones económicas, familiares, entre otras. Un aspecto importante en el estudio de la demanda es la motivación, que es definida por Chiavenato (2000) como aquello que impulsa a una persona a actuar de determinada manera o que origina una propensión hacia un comportamiento específico.

## 1. ANTECEDENTES

Como antecedente inmediato de la presente investigación se encuentran los estudios de demanda actual y potencial realizados en el 2017 y 2018 por los estudiantes de la asignatura Investigación Aplicada al Turismo. Asimismo se encuentran los estudios realizados por los Centros de Investigación Turística y de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, centrados en la localidad de Santa Clara del Mar.

En 1999 el Centro de Investigaciones Turísticas realiza una “Encuesta a turistas de los centros del litoral” (Mantero et al., 1999). En este estudio se llevaron a cabo una serie de encuestas destinadas a conocer al turista, su perfil socio económico, sus expectativas y conductas, sus usos y consumos, su grado de satisfacción, su percepción y valoración, con relación a las actividades, los servicios y los centros. Para ello se realizaron 5885 encuestas a turistas en las playas de los centros turísticos de diversas localidades litorales, entre las que estaba incluida la localidad de Santa Clara del Mar.

Posteriormente, en el año 2014, se realiza un estudio de demanda llevado a cabo por integrantes de la cátedra de Política y Planificación y del Grupo Turismo y Territorio de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, en el marco del proyecto de investigación “Turismo y Desarrollo en Destinos Costeros de la Provincia de Buenos Aires”. En particular, el estudio de demanda fue realizado a través de la aplicación de una encuesta a turistas y excursionistas e indagaba acerca del tiempo de estadía, el tipo de alojamiento elegido, las motivaciones, la frecuencia de visita, los puntos fuertes y débiles de la localidad, y las falencias del destino.

## 2. MARCO METODOLÓGICO

**Enfoque:** Para dar cumplimiento al objetivo de investigación planteado se decide realizar el estudio de la demanda turística desde un abordaje cuantitativo.

**Tipo de Investigación:** El tipo de investigación es descriptiva ya que se pretende establecer las características de la demanda, identificando sus principales rasgos.

**Unidad de Análisis:** Residente de la ciudad de Mar del Plata.

**Universo:** Todos los residentes de la ciudad de Mar del Plata que se encuentran viviendo en la localidad en el año 2019.

**Muestra:** No probabilística, por cuotas de sexo y edad. El tamaño total de la muestra fue de 400 casos.

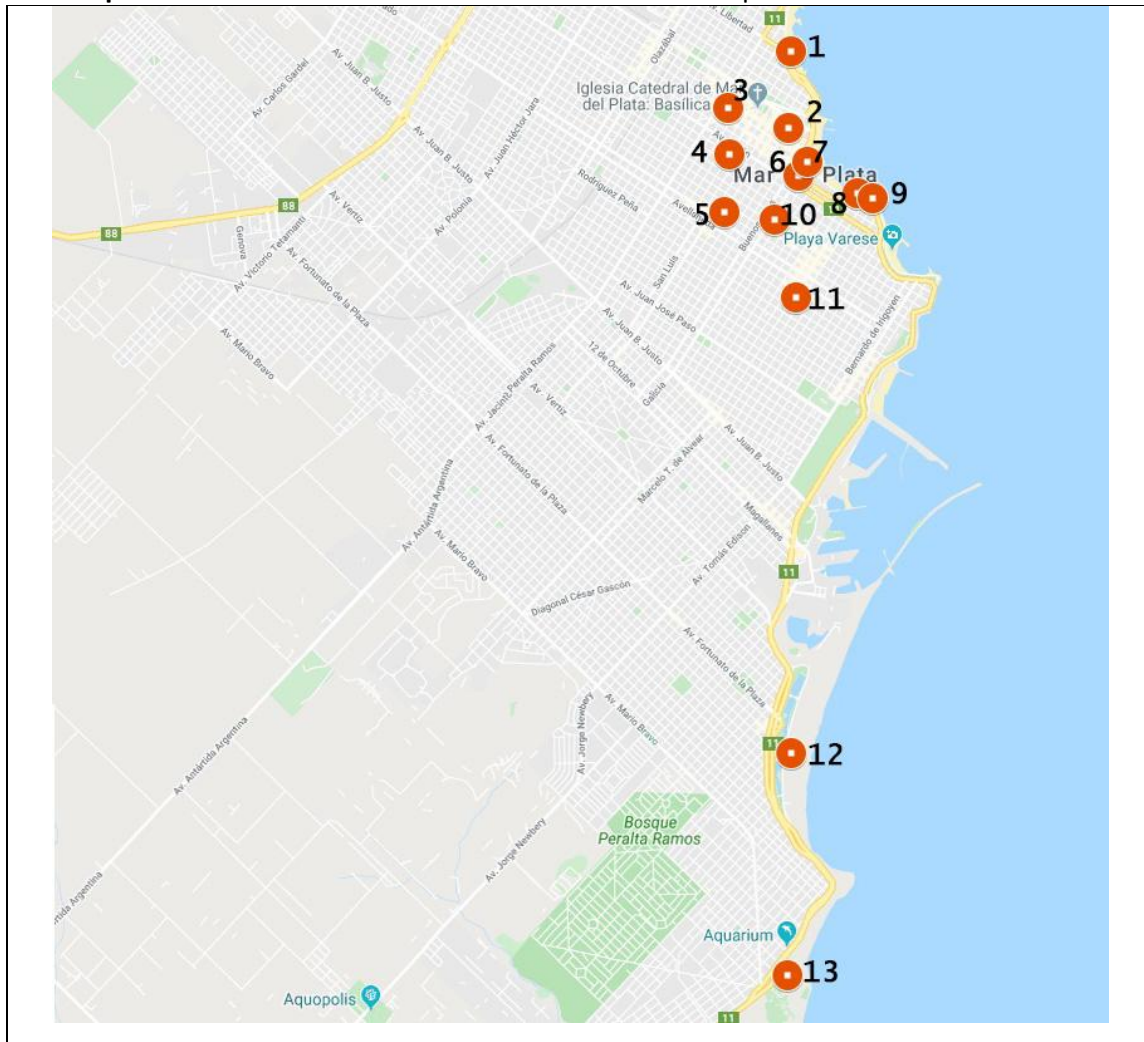
**Puntos de relevamiento:** Las encuestas se realizaron en la vía pública en distintas zonas de la ciudad de Mar del Plata. Los puntos de relevamiento fueron los siguientes:

1. Playa La Perla
2. La Peatonal
3. Shopping Los Gallegos
4. Plaza Mitre
5. Santiago del Estero y Castelli

6. Plaza Colón
7. Casino
8. Playa Las Toscas
9. Torreón del Monje
10. Calle comercial Güemes
11. Plaza del Agua
12. Punta Mogotes
13. Faro Punta Mogotes

Las encuestas se realizaron entre los días 11 y 24 de septiembre de 2019, dentro de una franja horaria que cubría desde las 9:00 hs hasta las 20:00 hs.

**Mapa Nº 1:** Plano de la ciudad de Mar del Plata con los puntos de relevamiento.



*Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.*

**Técnica de recolección de datos:** Encuesta. Se elaboró un cuestionario estructurado que incluía las dimensiones perfil socio-demográfico, demanda actual y demanda potencial, con sus respectivas variables (Tabla Nº 1)

Tabla Nº 1: Operacionalización de las variables

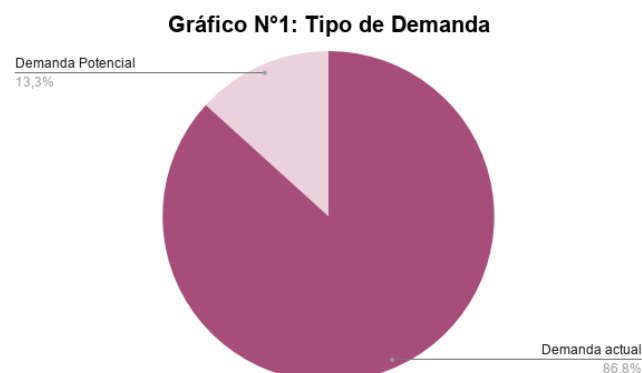
Dimensión	Variables	Categorías
Perfil socio-demográfico	Sexo	Masculino, Femenino.
	Edad	18 a 24, 25 a 34, 35 a 49, 50 a 65, 66 años o más.
	Con quien vive	Solo, pareja, familia, otros.
	Nivel de estudios del encuestado	Sin estudios, primario incompleto, primario completo, secundario incompleto, secundario completo, terciario incompleto, terciario completo, universitario incompleto, universitario completo.
	Situación ocupacional del encuestado	Trabajo permanente, trabajo temporario, desocupado buscando empleo, busca primer empleo, no ocupado, jubilado o pensionado, rentista, ama de casa, estudiante.
Demanda actual	Actividades realizadas fines de semana en Mar del Plata	Estar en familia, practicar deporte, arreglar su casa o jardín, reunirse con amigos, asistir a espectáculos/ir al cine /visitar museos, pasear por la ciudad, salir de compras, mirar tv/escuchar música, descansar, ir a la playa, ir a comer afuera, viajar, otros.
	Deportes practicados	Fútbol, rugby, básquetbol, tenis, patín, ciclismo, atletismo, natación, pesca, náutica, golf, artes marciales, otros
	Concurrencia a espectáculos	Deportivo, teatral, cinematográfico, musical, de danza, circense, exposiciones artísticas, desfile de modas, otros, no concurre a espectáculos
	Frecuencia playa	Todos los días, algunos días a la semana, los fines de semana, no va a la playa
	Playa	Playas del norte de la ciudad, playas del centro de la ciudad, Playa Grande, Punta Mogotes, Playas del sur, Mar Chiquita, Miramar, otras
	Localidades visitadas	Santa Clara del Mar, Coronel Vidal, Mar de Cobo, General Pirán, Mar Chiquita, Vivotatá, La Armonía.
	Frecuencia de visita al año	1 a 5 veces, 6 a 10 veces, más de 10 veces.
	Pernocte	Sí, no.
	Motivo de visita Pdo. Mar Chiquita	La naturaleza, el deporte, la pesca, el descanso, encontrarse con amigos/familia, ir a la playa, el trabajo/estudio, la gastronomía, ir de compras, asistir a espectáculos/visitar museos, otros
	Nivel satisfacción servicios	Excelente, muy bueno, bueno, regular, malo.
Demanda potencial	Actividades realizadas fines de semana en Mar del Plata	Estar en familia, practicar deporte, arreglar su casa o jardín, reunirse con amigos, asistir a espectáculos/ir al cine /visitar museos, pasear por la ciudad, salir de compras, mirar tv/escuchar música, descansar, ir a la playa, ir a comer afuera, viajar, otros.
	Deportes practicados	Fútbol, rugby, básquetbol, tenis, patín, ciclismo, atletismo, natación, pesca, náutica, golf, artes marciales, otros
	Concurrencia a espectáculos	Deportivo, teatral, cinematográfico, musical, de danza, circense, exposiciones artísticas, desfile de modas, otros, no concurre a espectáculos
	Frecuencia playa	Todos los días, algunos días a la semana, los fines de semana, no va a la playa
	Playa	Playas del norte de la ciudad, playas del centro, Playa Grande, Punta Mogotes, Playas del sur, Mar Chiquita, Miramar, otras
	Motivo por el que no lo visita*	Falta de interés, no lo conoce, falta de tiempo, otros. (*categorías emergentes)
	Frecuencia con que transita Ruta 11 hacia el norte	Nunca, a veces, varias veces, muchas veces
	Viaje los fines de semana	Sí, no.
	A donde viaja*	Capital Federal, Cariló, Necochea, otros. (*categorías emergentes)
	Pernocte	Ninguna noche, una noche, dos noches.
	Motivos elección	La naturaleza, el deporte, la pesca, el descanso, encontrarse con amigos/familia, ir a la playa, el trabajo/estudio, la gastronomía, ir de compras, asistir a espectáculos/visitar museos, otros.

Fuente: Elaboración propia.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL DEL PARTIDO DE MAR CHIQUITA

Del total de los residentes marplatenses encuestados, 400 casos, el 86,8% (347 casos) corresponde a la Demanda turística actual, mientras que el 13,3% (53 casos) encuestados corresponde a la Demanda turística potencial.

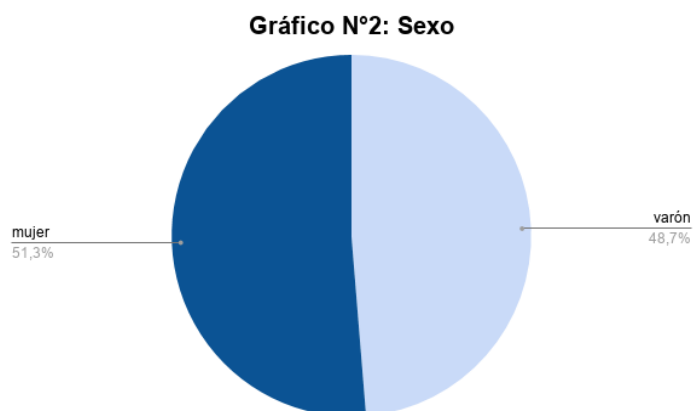


*Fuente: Elaboración propia.*

#### 3.2. DEMANDA ACTUAL

##### 3.2.1. Perfil socio demográfico

##### 3.2.1.1. Sexo

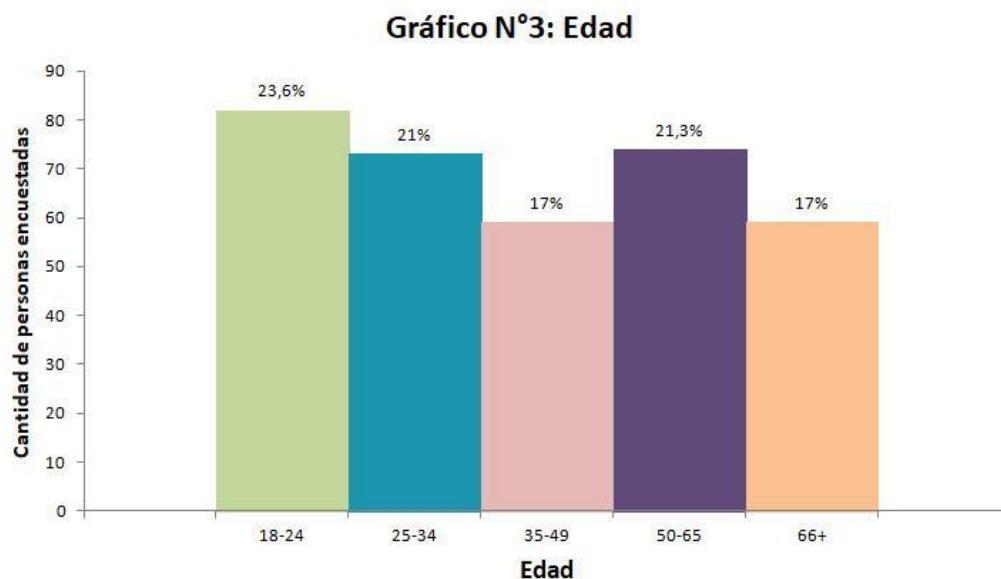


*Fuente: Elaboración propia.*

Del total de los residentes encuestados correspondientes a la demanda actual el 48,7% (169 casos) es de sexo masculino, mientras que el 51,3% (178 casos) es de sexo femenino.



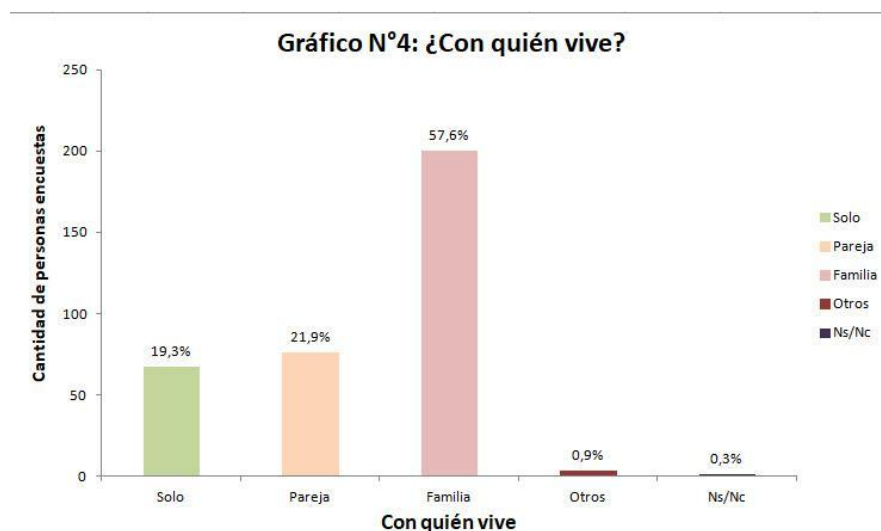
### 3.2.1.2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los residentes encuestados en su gran mayoría han sido de un rango de edad entre 18 a 24 años (23,6%), le siguen los residentes de entre 50 a 65 años (21,3%) y luego con edades de entre 25 a 34 años (21%). Por último se encuentran los rangos de edad entre 35 a 49 y más de 66 años, ambos rangos de edad con un 17% cada uno.

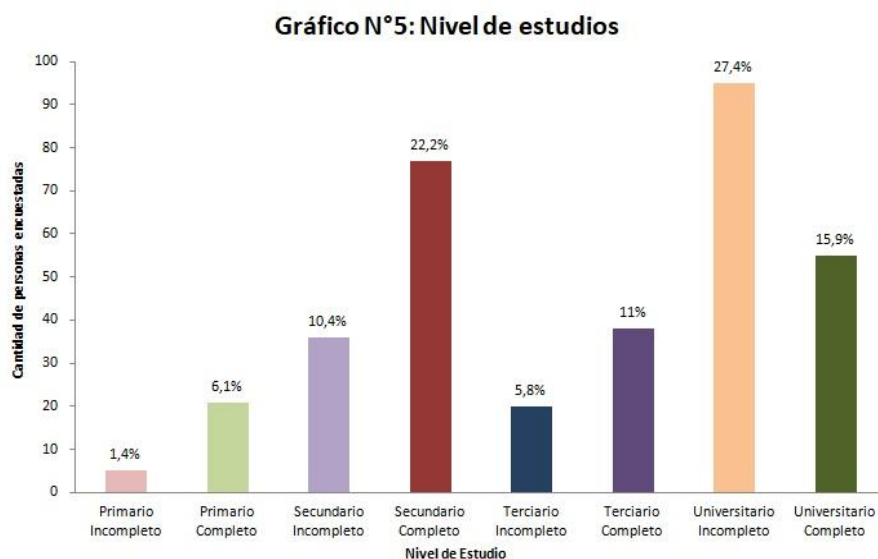
### 3.2.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes marplatenses encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que el 57,6% vive en familia, el 21,9% vive en pareja y el 19,3% vive solo.

### 3.2.1.4. Nivel de estudios del encuestado



*Fuente: Elaboración propia.*

De los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que el 27,4%, posee estudios universitarios incompletos, el 22,2% tiene estudios secundarios completos, el 15,9% tiene estudios universitarios completos y el 11% posee estudios terciarios completos.

### 3.2.1.5. Situación ocupacional del encuestado



*Fuente: Elaboración propia.*

Por otra parte, se observa que de los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita el 47,6% trabaja como permanente, el 17,9% son jubilados o pensionados y el 10,7% son estudiantes o trabajan como temporarios.

### 3.2.2. Actividades realizadas los fines de semana o fines de semana largo

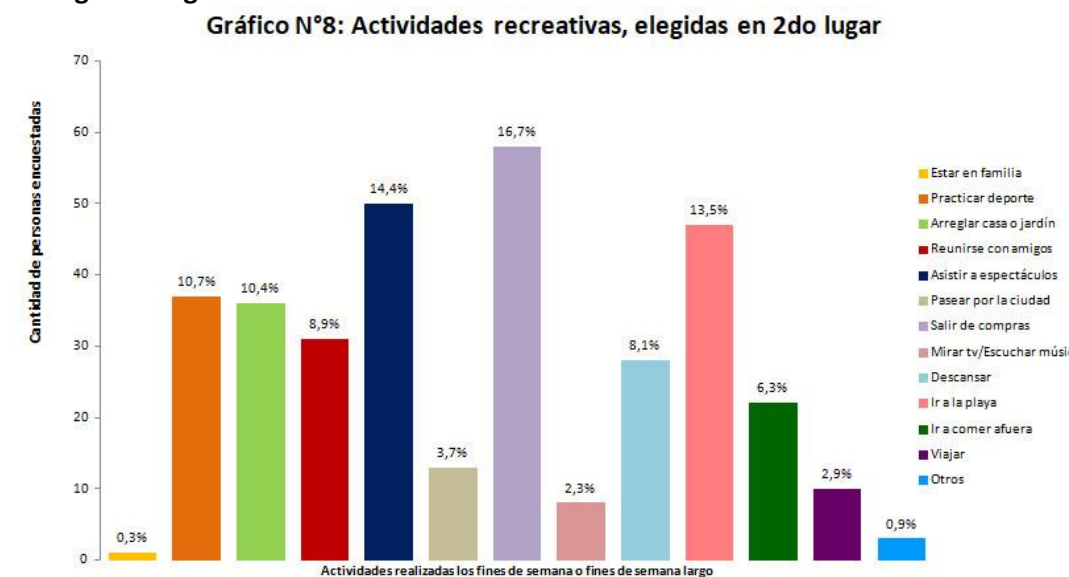
#### En primer lugar



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades que los residentes realizan los fines de semana o fines de semana largo, a los encuestados se les solicita que indiquen tres actividades efectuadas por orden de importancia. En el caso de la principal actividad realizada por los residentes encuestados, se observa que el mayor porcentaje corresponde al tiempo utilizado para “estar en familia”, representando el 37,5%. Seguido a esto, otras de las actividades más elegidas son las de “reunirse con amigos” con un 19% y “descansar” con el 10,4%.

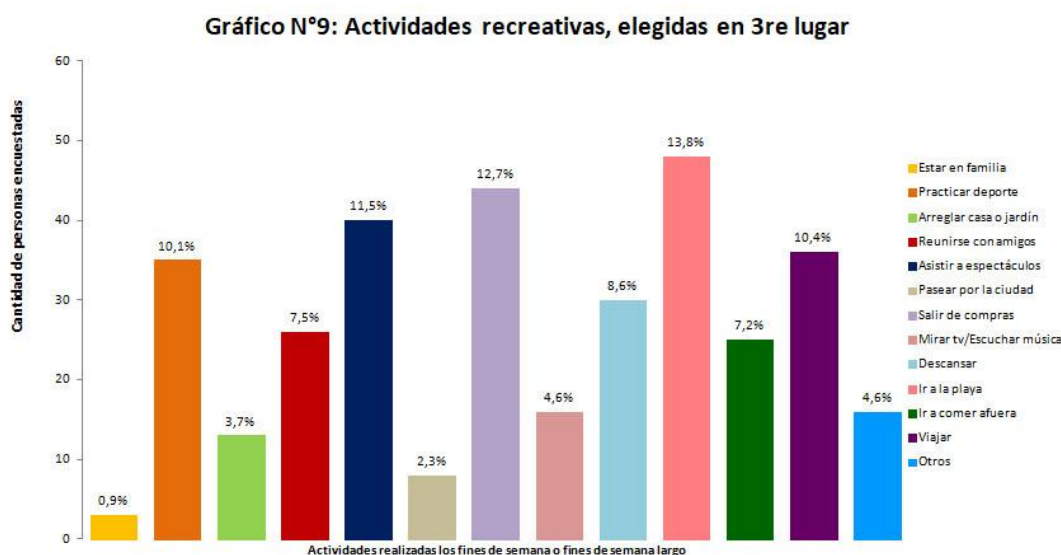
#### En segundo lugar



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las actividades realizadas los fines de semana/largo que representan el segundo nivel de importancia elegido por los residentes encuestados, se observa que “salir de compras” representa el mayor valor con el 16,7%. Seguido a esto, se encuentra “asistir a espectáculos” con el 14,4%, “ir a la playa” con el 13,5%, “practicar deportes” representado por el 10,7%, y un porcentaje casi igual, “arreglar su casa o jardín” con el 10,4%.

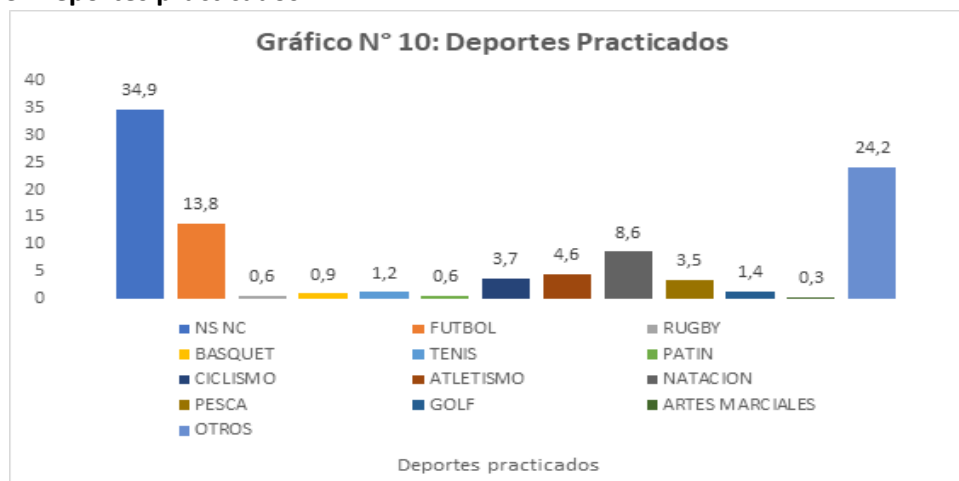
### En tercer lugar



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de la tercera opción elegida como actividad de fin de semana/largo por los residentes encuestados, se observa que el mayor porcentaje se encuentra en la categoría “ir a la playa”, con el 13,8%, y le siguen “salir de compras” con el 12,7%, asistir a espectáculos con el 11,5%, y con similar porcentaje “viajar” con el 10,4% y “practicar deportes” con el 10,1%.

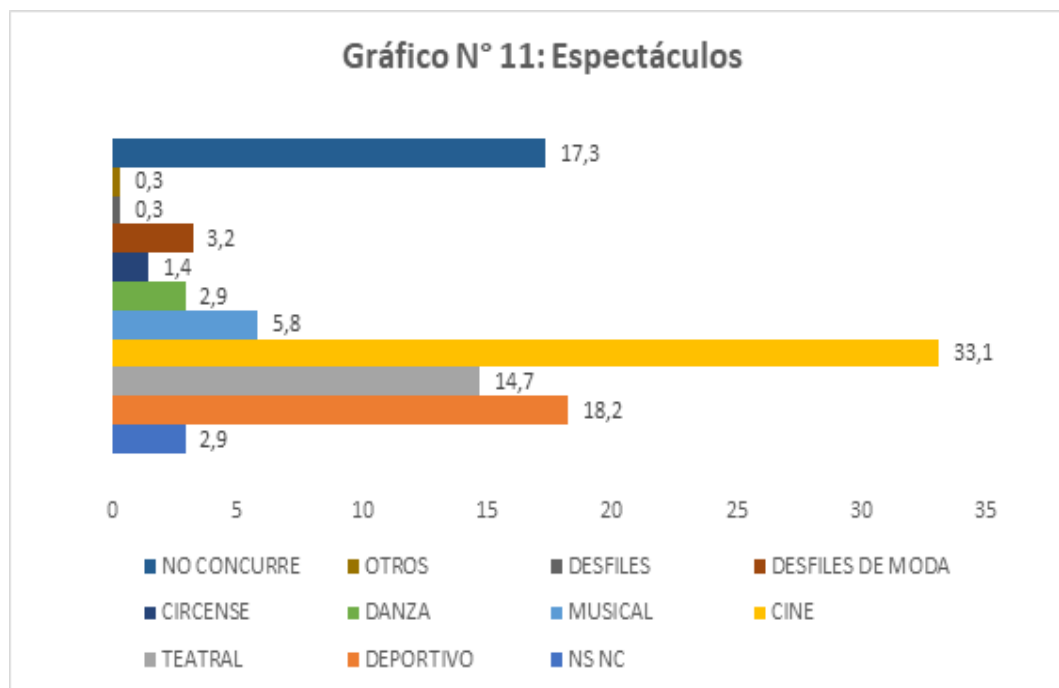
### 3.2.3. Deportes practicados



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las prácticas deportivas que se realizan en el Partido se observa que el 13,8% practica fútbol, el 8,6% realiza natación y el 4,6% hace atletismo. Otras categorías deportivas practicadas por los residentes son: rugby, básquet, tenis, patín, ciclismo, pesca, golf y artes marciales. Por otra parte, un 24,2% de las personas que respondieron la encuesta realizan otro tipo de actividades físicas como correr, caminar, gimnasia, zumba, etc. Asimismo, se observa que un 34,9% no respondió a la pregunta.

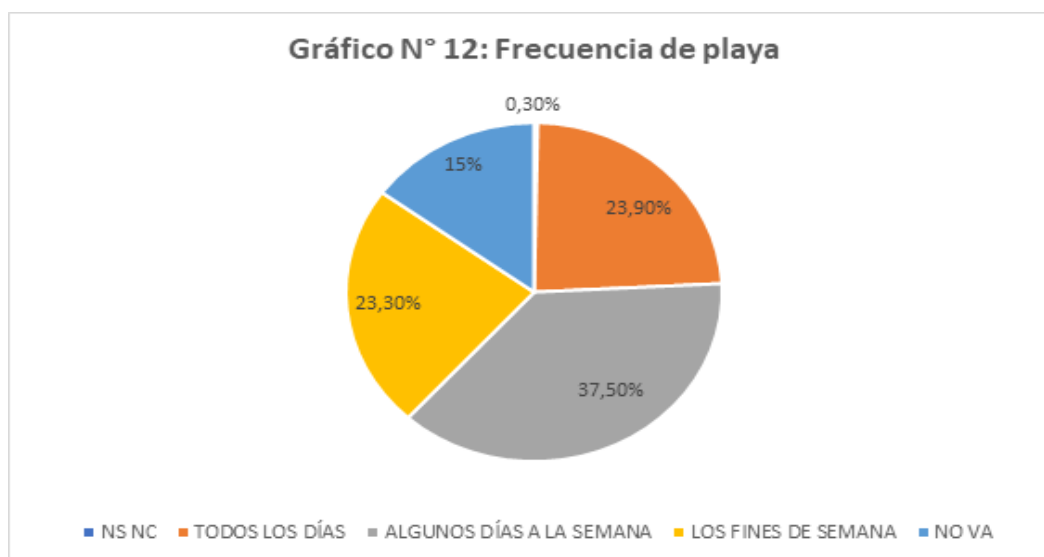
### 3.2.4. Concurrencia a espectáculos



*Fuente: Elaboración propia.*

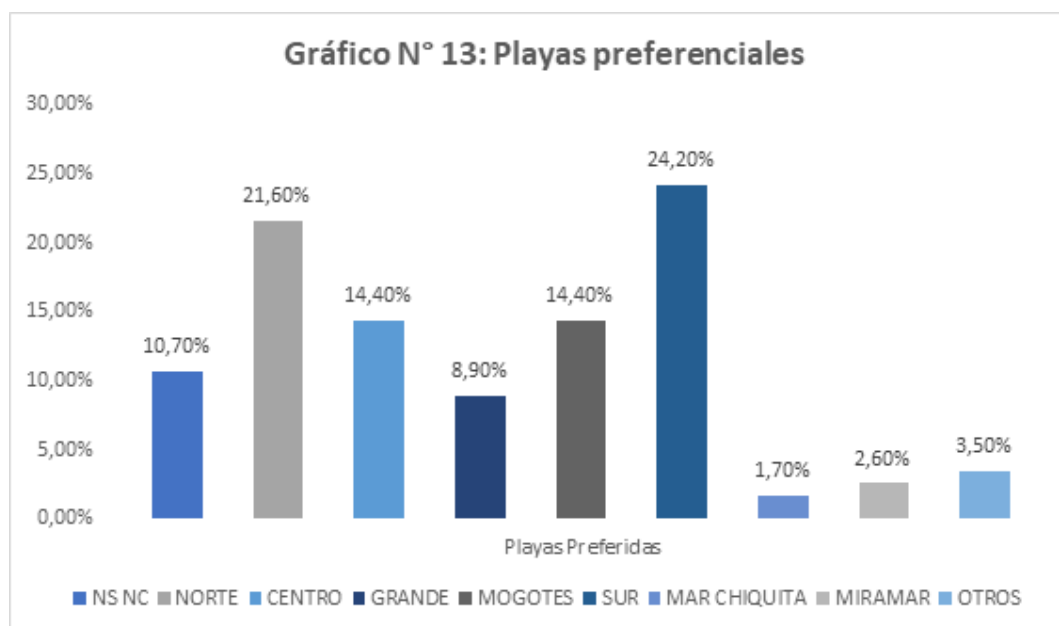
Respecto de la concurrencia a espectáculos en Mar del Plata se observa que un 33,1% de los encuestados elige el cine, mientras que un 18,2% concurre a espectáculos deportivos y un 17,3% no concurre a ningún tipo de espectáculo.

### 3.2.5. Frecuencia de visita a la playa



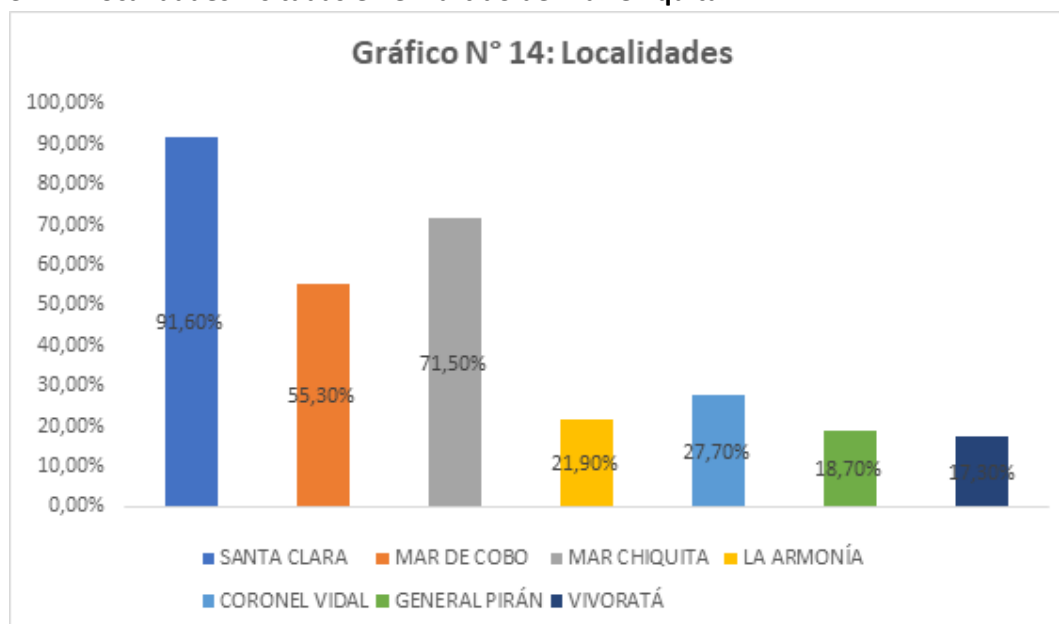
Según los datos recolectados, el 37,5% de los encuestados concurre solo algunos días de la semana a la playa, un 23,9% concurre todos los días a la playa, mientras que el 23,3% va a la playa los fines de semana.

### 3.2.6. Preferencia de playa



En cuanto a las preferencias de playas se observa que el mayor porcentaje de encuestados escogen las playas del sur (24,2%), y en segundo lugar las Playas de la Zona Norte de la ciudad (21,6%). En tercer lugar, los usuarios optan por concurrir a las Playas del Centro (12,4%).

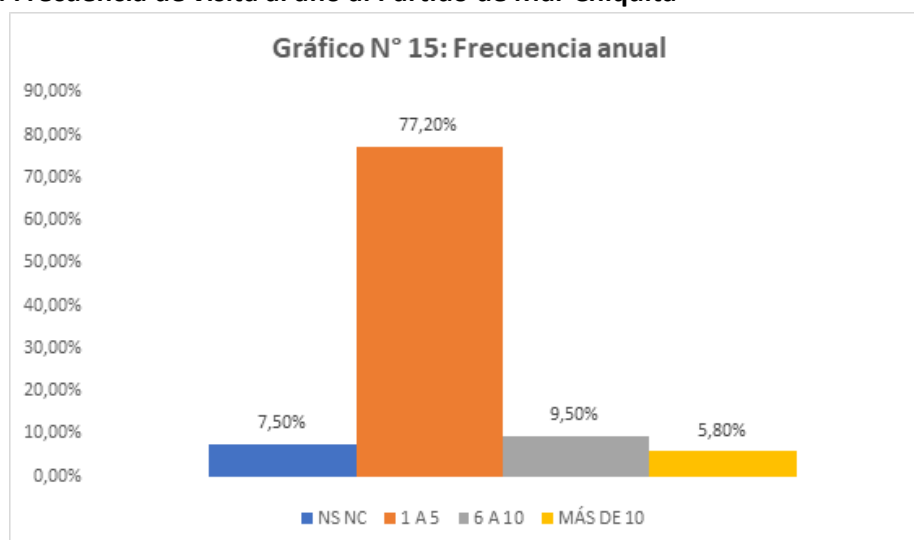
### 3.2.7. Localidades visitadas en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados que componen la demanda actual, casi la totalidad de ellos han visitado la localidad de Santa Clara del Mar (91,6%). En segundo lugar se encuentra la ciudad de Mar Chiquita con el 71,5%. Luego le sigue Mar de Cobo con el 55,3%. Y finalmente en orden decreciente las localidades de Coronel Vidal, La Armonía, General Pirán y Vivoratá.

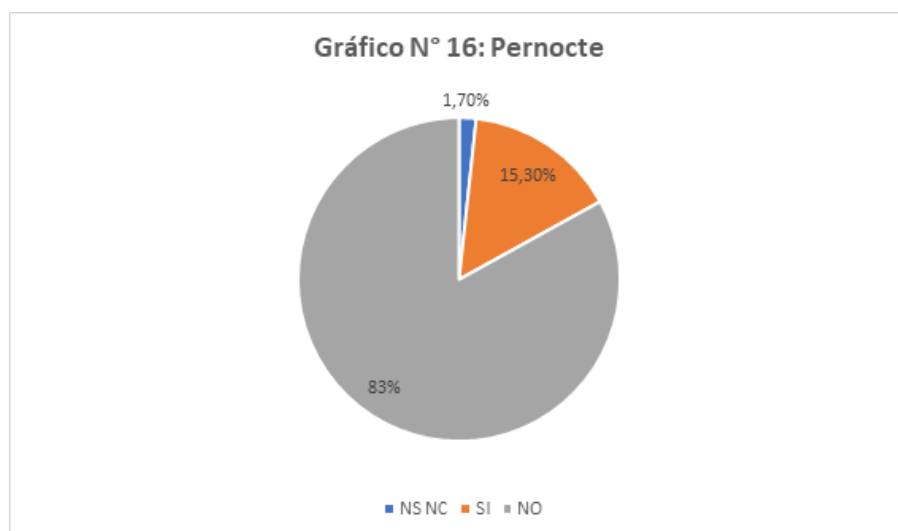
### 3.2.8. Frecuencia de visita al año al Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cantidad de veces que el Partido es visitado por los residentes encuestados, la mayoría de ellos (77,2%) lo frecuenta entre 1 y 5 veces al año. Por otra parte, sólo el 9,5% visita el Partido más de 6 veces al año.

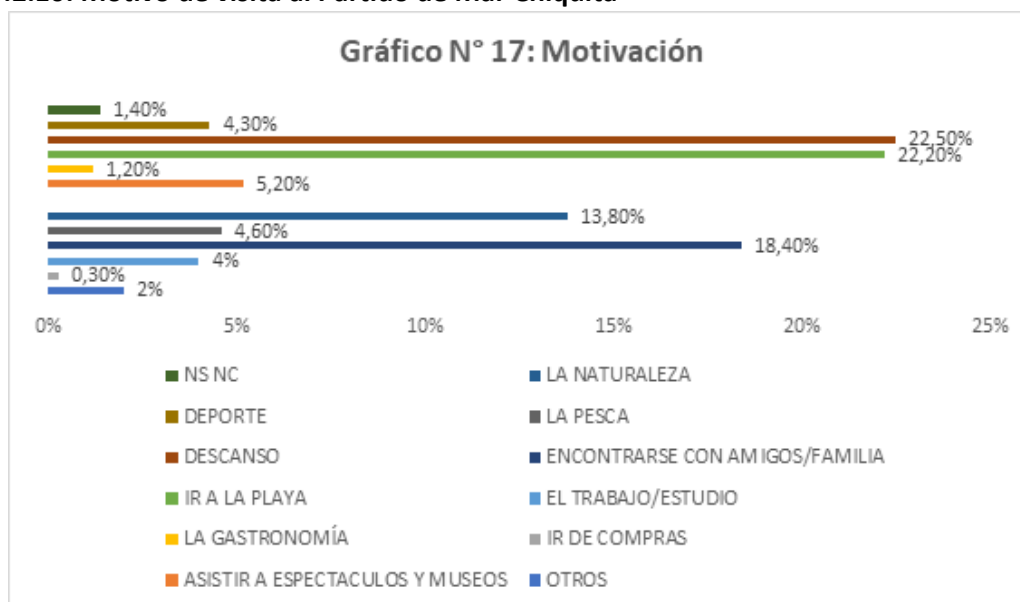
### 3.2.9. Pernoctración en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar acerca del pernocte en el Partido, solo el 15,3% de los encuestados afirmó que pasa alguna noche en alguna de las localidades. Esto demuestra que la mayoría de los encuestados (83%) son excursionistas, es decir que solo visitan el Partido por el día.

### 3.2.10. Motivo de visita al Partido de Mar Chiquita



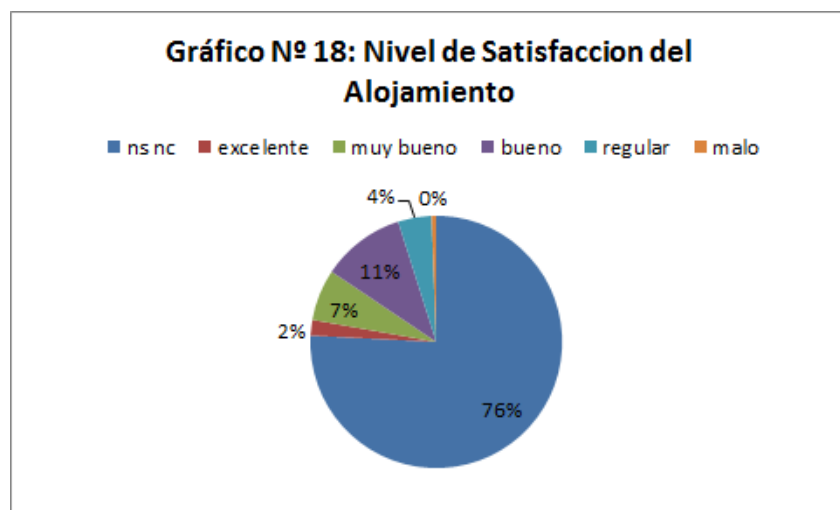
Fuente: Elaboración propia.

Respecto del motivo de visita al Partido, se observa que de los residentes encuestados el 22,5% eligió el destino para descansar, seguido por el 22,2% que lo seleccionó por sus playas y un 18,4% para encontrarse con amigos y/o familia.



### 3.2.11. Nivel de satisfacción respecto de los servicios turísticos

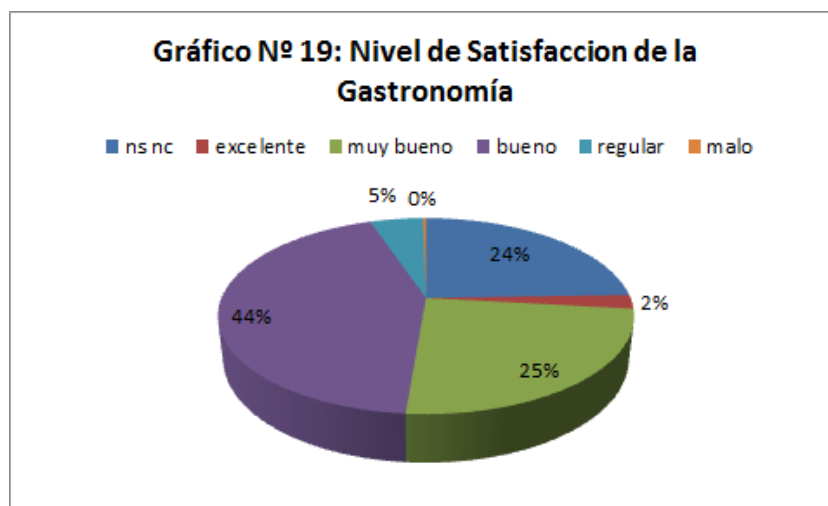
#### 3.2.11.1. Nivel de Satisfacción del Alojamiento



Fuente: Elaboración propia.

Dado que los encuestados manifiestan no haber pernoctado en el destino, el 76% de ellos expresó no saber la calidad del servicio, en tanto el 11% manifestó que era bueno y el 7% muy bueno.

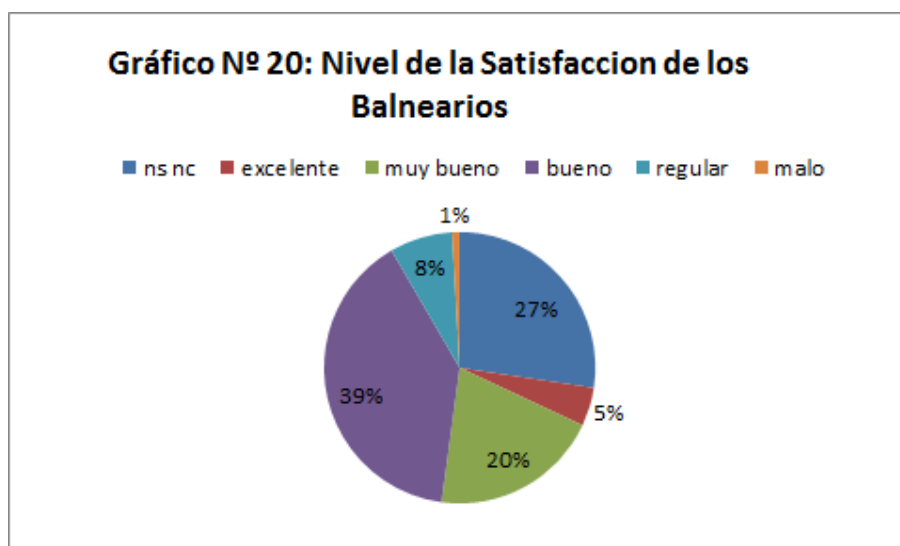
#### 3.2.11.2. Nivel de satisfacción de la Gastronomía



Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han valorado a la gastronomía según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo. El 44% expresa que es bueno, el 25% manifiesta que es muy bueno, y el 24% no responde porque no utiliza el servicio.

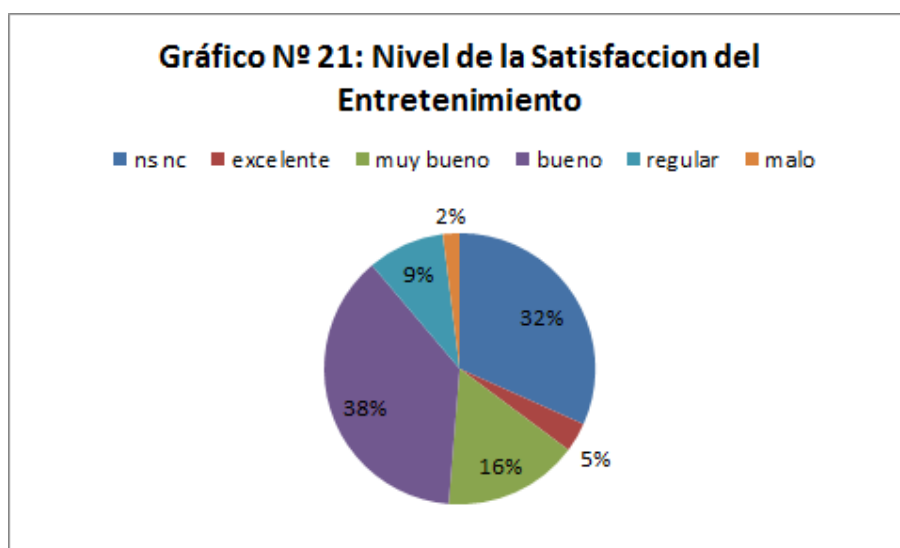
### 3.2.11.3. Nivel de satisfacción de los Balnearios



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel de satisfacción de los balnearios, el 39% de los residentes encuestados manifiesta que es bueno, el 27% sostiene que es regular y el 20% que es muy bueno.

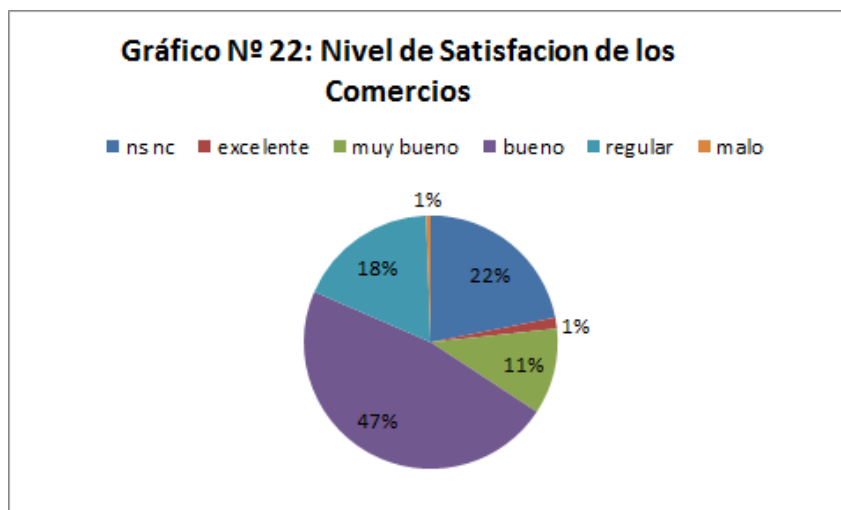
### 3.2.11.4. Nivel de satisfacción del Entretenimiento



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al entretenimiento, los residentes encuestados lo han valorado de la siguiente manera: el 38% expresa que es bueno, el 16% manifiesta que es muy bueno y el 9% expresa que es regular. En tanto el 32% de los encuestados no responde a la consulta.

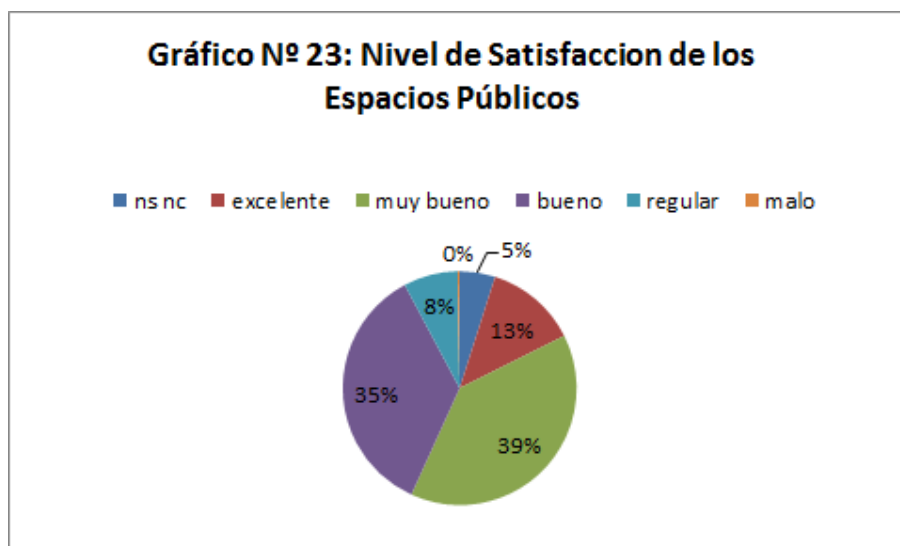
### 3.2.11.5. Nivel de satisfacción de los Comercios



*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto al nivel de satisfacción de los comercios, los residentes encuestados han calificado a los comercios del Partido de Mar Chiquita como bueno el 47%, como regular el 18% y como muy bueno el 11%.

### 3.2.11.6. Nivel de satisfacción de los Espacios Públicos



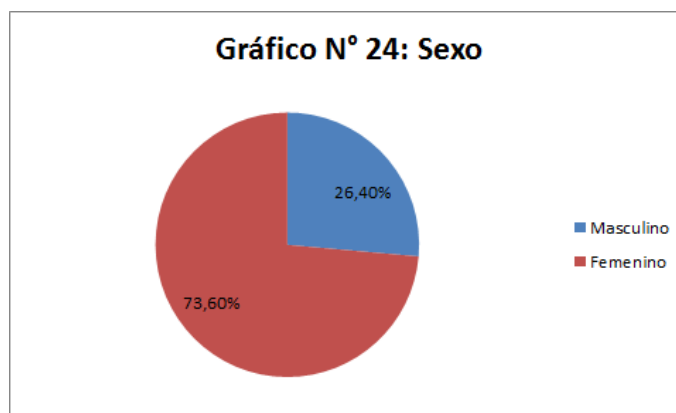
*Fuente: Elaboración propia.*

Con respecto al nivel de satisfacción de los espacios públicos del Partido de Mar Chiquita, los residentes encuestados lo han valorado de la siguiente manera: el 39% expresa que es muy bueno, el 35% manifiesta que es bueno, y el 13% considera que es excelente.

### 3.3. DEMANDA POTENCIAL

#### 3.3.1. Perfil socio demográfico

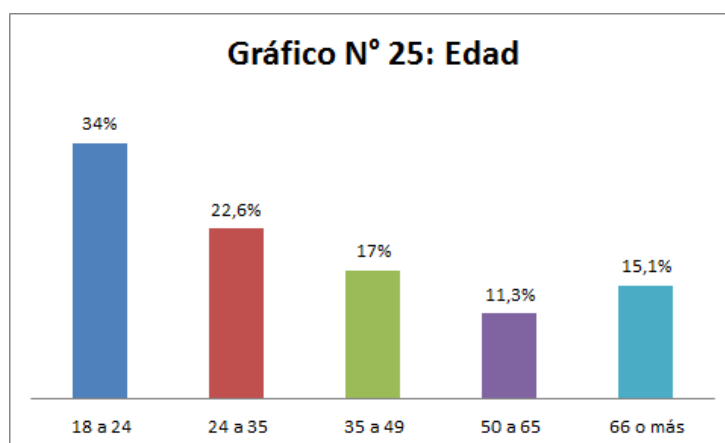
##### 3.3.1.1. Sexo



*Fuente: Elaboración propia.*

De los residentes encuestados (53 casos) el 26,4% es de sexo femenino, mientras que el 73,6% es de sexo masculino.

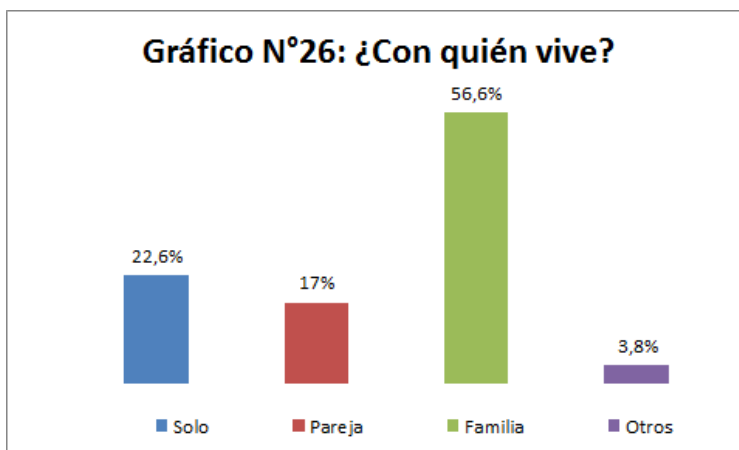
##### 3.3.1.2. Edad



*Fuente: Elaboración propia.*

De los residentes encuestados, la mayoría son jóvenes de entre 18 a 24 años (34%), seguido por aquellos de 24 a 35 años (22,6%) y los que tienen entre 35 a 49 años (17%).

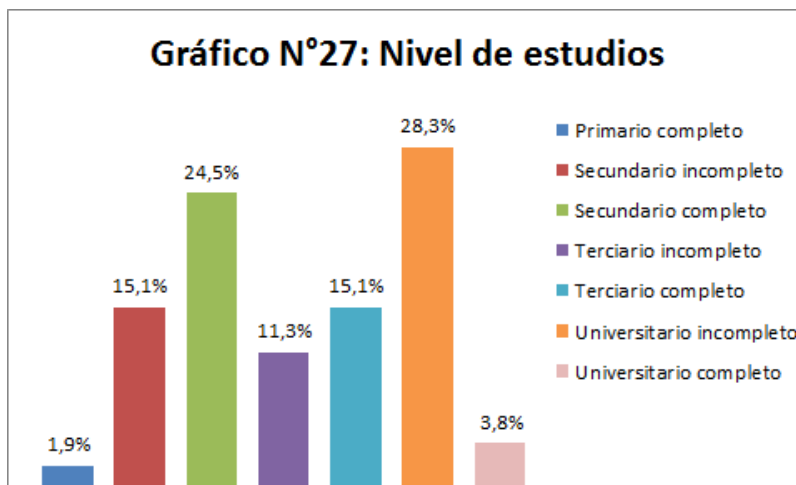
### 3.3.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, un 56,6% vive con su familia, un 22,6% vive solo y un 17% vive con su pareja.

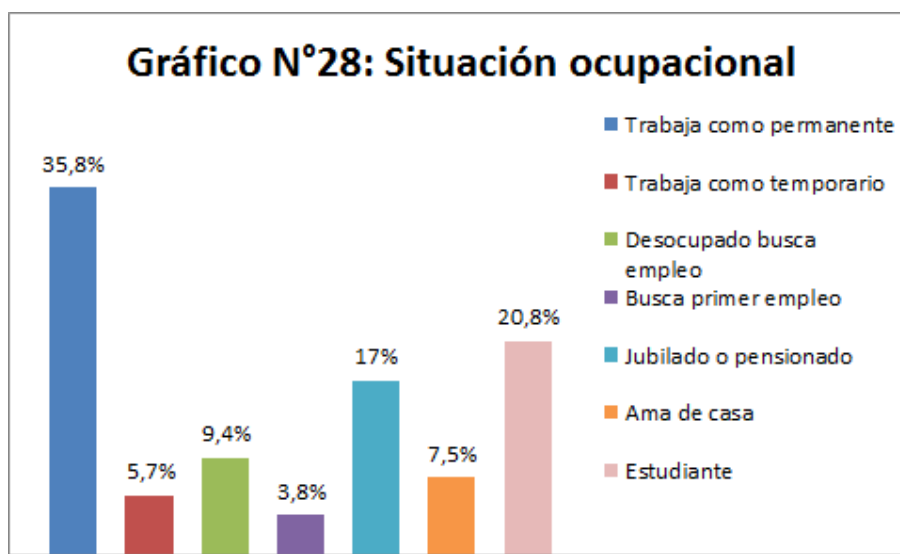
### 3.3.1.4. Nivel de estudios del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

Se ha preguntado a los encuestados sobre su máximo nivel de estudios alcanzado. De esta manera se ha obtenido que el 28,3% no ha terminado los estudios universitarios, el 24,5% ha concluido los estudios secundarios, el 15,1% cuenta con un secundario incompleto mientras que otro 15,1% ha finalizado los estudios terciarios.

### 3.3.1.5. Situación ocupacional del encuestado

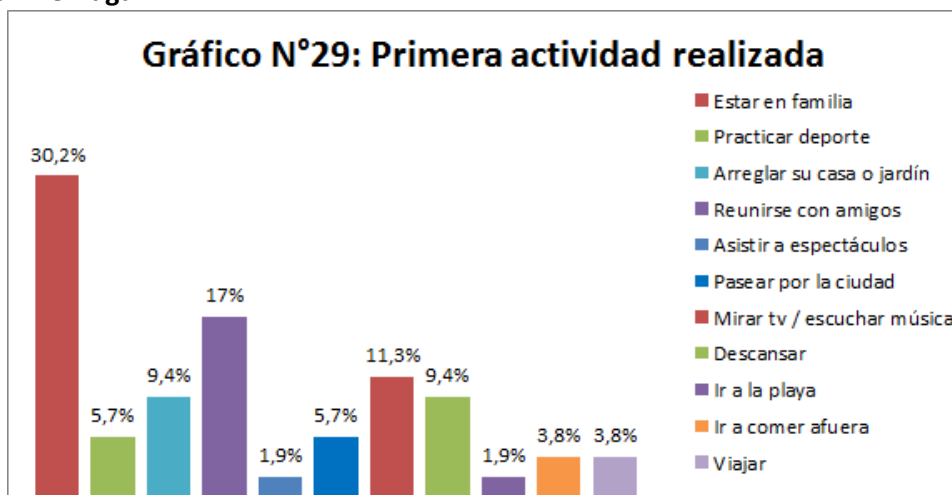


Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, el 35,8% se encuentra trabajando de forma permanente, el 20,8% son estudiantes y un 17% son jubilados o pensionados.

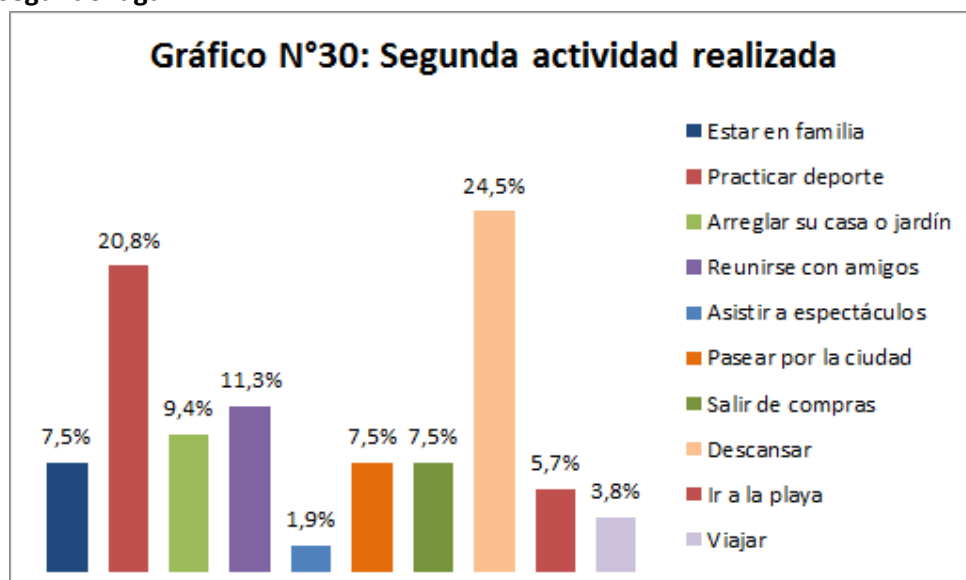
### 3.3.2. Actividades realizadas los fines de semana o fines de semana largo

En primer lugar



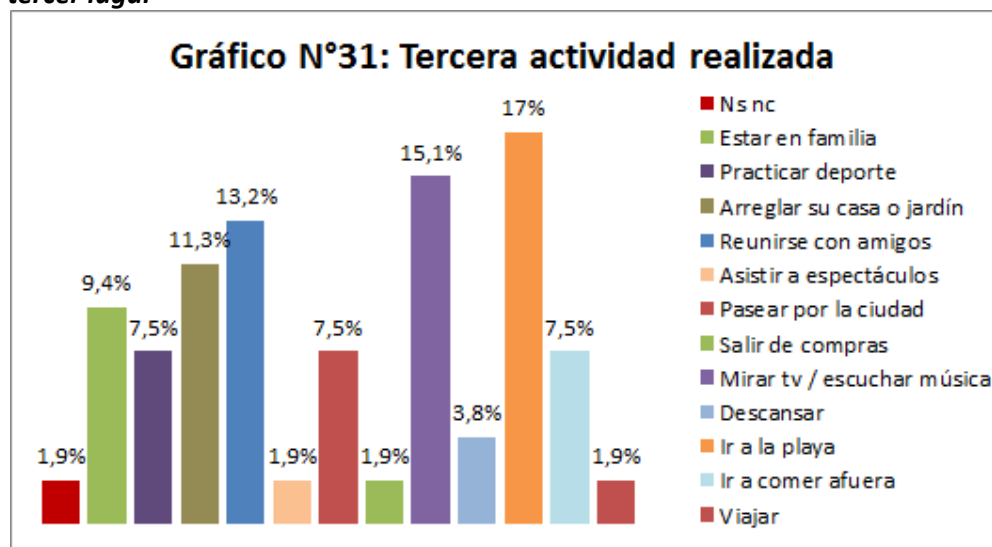
Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades que los residentes realizan los fines de semana o fines de semana largo, a los encuestados se les solicita que indiquen tres actividades realizadas por orden de importancia. De este modo, se observa que de las actividades mencionadas en primer lugar el 30,2% de los residentes prefiere estar en familia durante el fin de semana, el 17% reunirse con amigos y el 11,3% prefiere mirar tv y/o escuchar música.

**En segundo lugar**

Fuente: Elaboración propia.

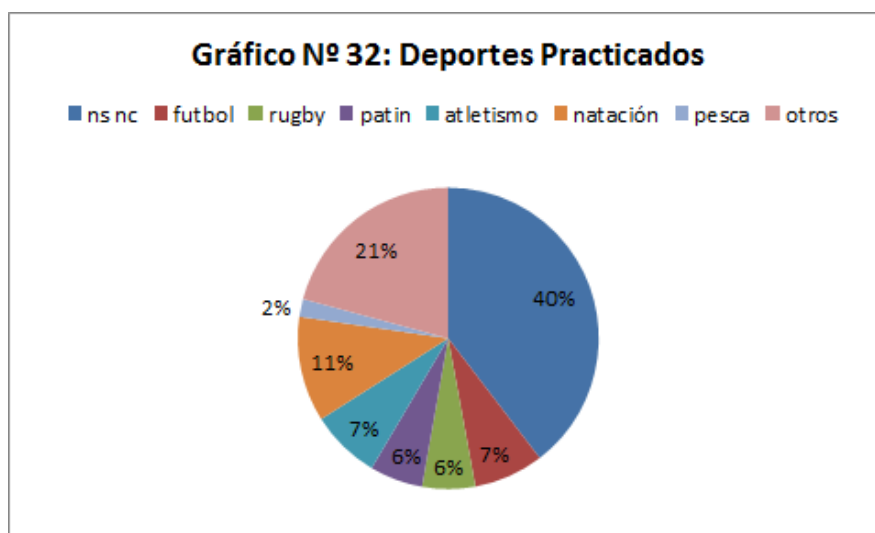
Respecto de las actividades mencionadas en segundo lugar, se observa que el 24,5% de los residentes encuestados manifiesta que durante el fin de semana o fines de semana largo descansa, el 20,8% practica deportes y el 11,3% se reúne con amigos.

**En tercer lugar**

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las actividades mencionadas en tercer lugar, se observa que de los residentes encuestados el 17% aprovecha el fin de semana para ir a la playa, un 15,1% para mirar tv y/o escuchar música y un 13,2% se reúne con amigos.

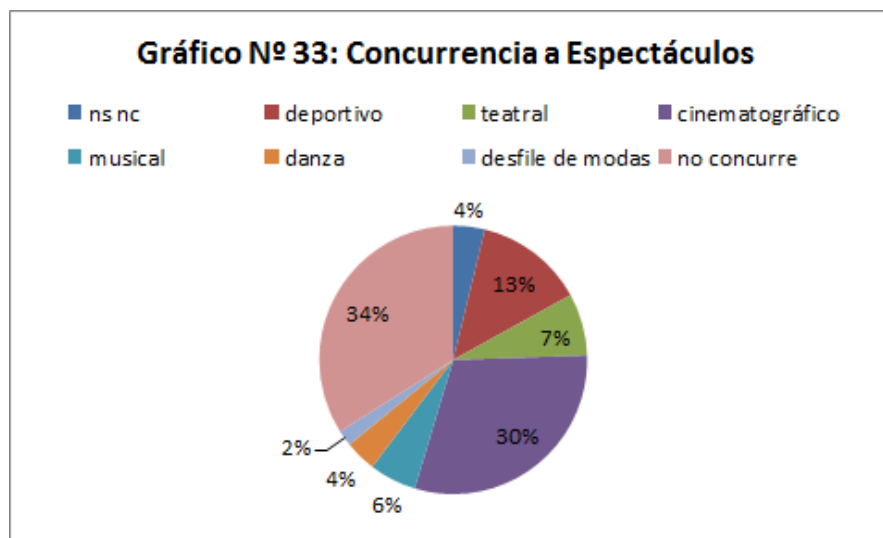
### 3.3.3. Deportes practicados



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de los deportes practicados, se observa que el 15% de los encuestados realiza natación, el 7% practica fútbol y otro 7% hace atletismo. Por otra parte, se destaca que el 21% practica otro tipo de deportes, en tanto un 40% de los encuestados no realiza ningún tipo de actividad física.

### 3.3.4. Concurrencia a espectáculos

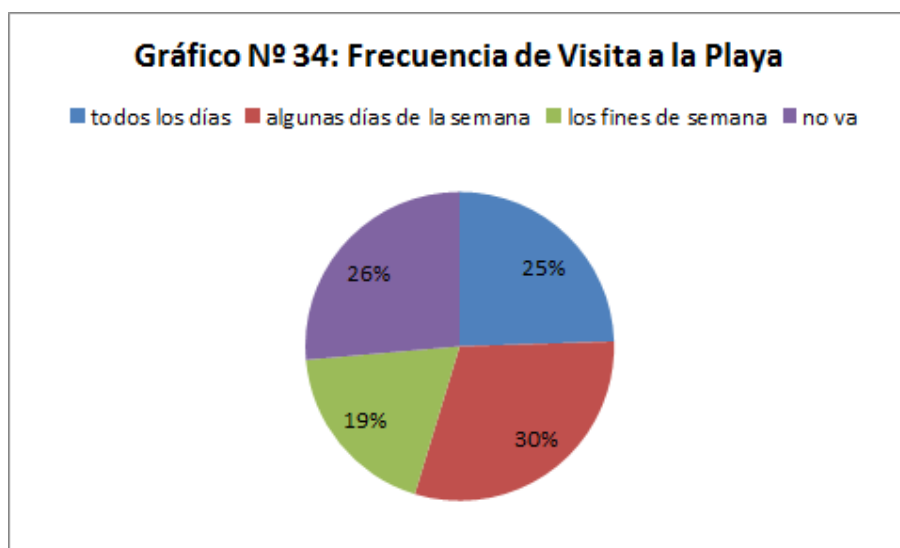


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la concurrencia a espectáculos se observa que el 30% va al cine, el 13% concurre a espectáculos deportivos y el 7% asiste a espectáculos teatrales. Asimismo, se advierte que el 34% de los encuestados no concurre a espectáculos en la localidad.



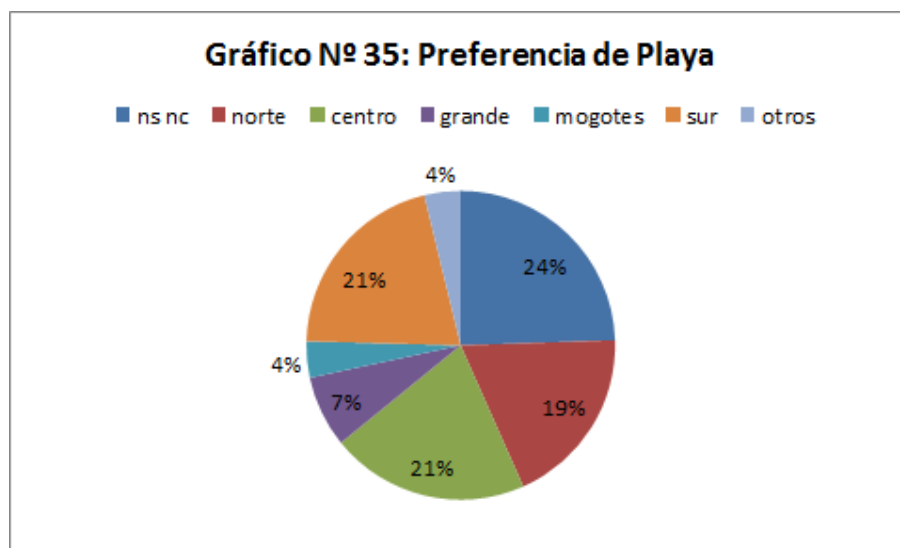
### 3.3.5. Frecuencia de visita a la playa.



*Fuente: Elaboración propia.*

Respecto de la frecuencia de visita a la playa, se advierte que el 30% concurre a la playa algunos días de la semana, el 24% todos los días, y el 18% sólo los fines de semana; en tanto el 28% no va a la playa.

### 3.3.6. Preferencia de playa

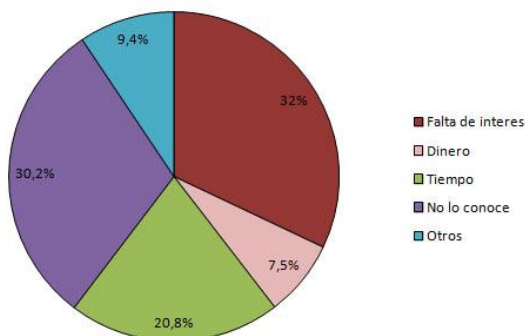


*Fuente: Elaboración propia.*

Ante la consulta sobre preferencias de playas, se observa que un 20,8% elige las playas del sur de Mar del Plata y otro 20,8% prefiere las playas del centro de esta ciudad, y un 18,9% elige las playas del norte. Asimismo, se destaca que un 24,5% no responde a la consulta.

### 3.3.7. Motivo por el cual no ha visitado el Partido de Mar Chiquita

Gráfico N°36: Motivos por el cuál no han visitado Mar Chiquita

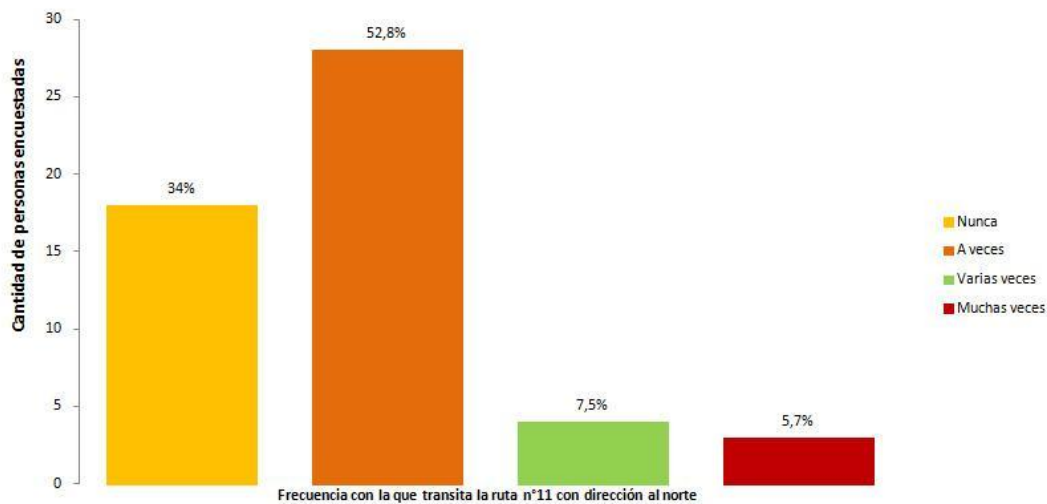


Fuente: Elaboración propia.

En el caso de aquellos residentes encuestados que no visitan el Partido de Mar Chiquita, se observa que el 32,1% no lo hace por “falta de interés”, el 30,2% porque “no lo conoce” y el 20,8% por “falta de tiempo”.

### 3.3.8. Frecuencia con la que transita la ruta N°11 hacia el Norte de Mar del Plata

Gráfico N°37: Frecuencia con la que transita la ruta n°11 con dirección al norte

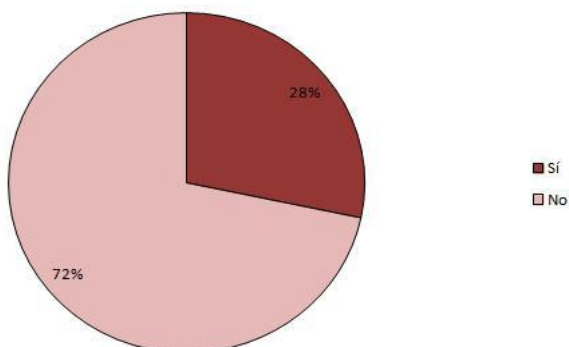


Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la pregunta sobre cuántas veces transitan la Ruta N° 2 y 11 hacia el norte de Mar del Plata, los encuestados que no visitan el Partido de Mar Chiquita, respondieron de la siguiente manera: 52,8% a veces transita la ruta N°11, mientras que el 34% nunca la transita, el 7,5% la transita varias veces, y el 5,7% transita la ruta muchas veces.

### 3.3.9. Viaja los fines de semana o fines de semana largo

Gráfico N°38: Viaja los fines de semana o fines de semana largo

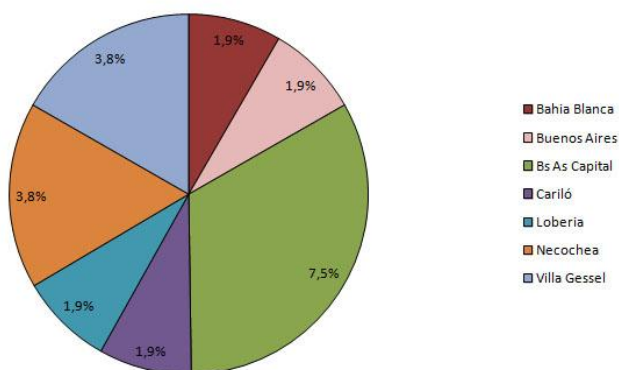


Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los residentes encuestados de la ciudad de Mar del Plata que no han visitado el Partido de Mar Chiquita, se observa que el 72% no viaja los fines de semana, ni fines de semana largo, mientras que el 28% sí lo hace.

### 3.3.10. ¿A dónde viaja?

Gráfico N°39: Lugares a los que viajan

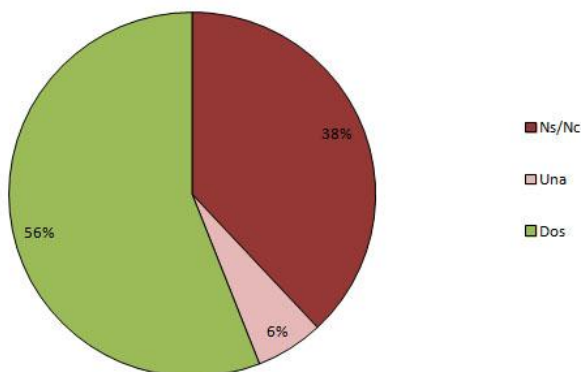


Fuente: Elaboración propia.

A su vez, de los residentes encuestados que viajan (15 casos) se ha observado que el 7,5% lo hace a Capital Federal, mientras que un 3,8% viaja a Necochea y otro 3,8% a Villa Gesell.

### 3.3.11. Pernoctación

Gráfico N°40: Cantidad de noches que pernoctan

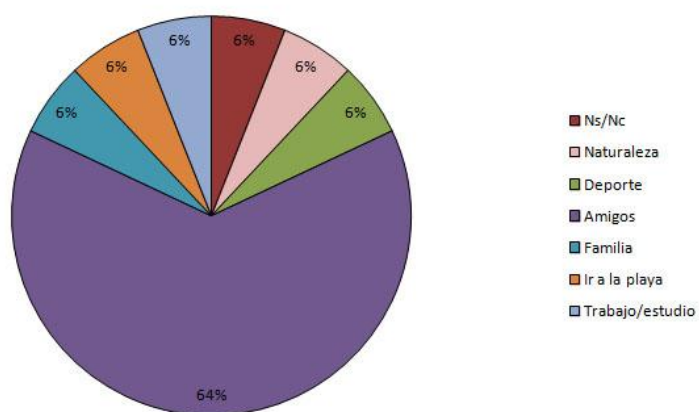


Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados que viajan (15 casos) se observa que el 56% se hospeda por dos noches y el 6% pasa solo una noche en el destino; en tanto 38% no responde a la consulta.

### 3.3.12. Motivo de elección del destino

Gráfico N°41: Motivo por el que eligen el destino



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al motivo de elección del destino, se observa que el 64% de los residentes encuestados lo realiza por motivos de amistad.

#### 4. CONCLUSIONES

A partir de los datos analizados se puede concluir lo siguiente:

El 86,8% de los residentes encuestados forman parte de la demanda actual del Partido de Mar Chiquita, es decir suelen visitar algunas de sus localidades; mientras que el 13.3% restante pertenece a la demanda potencial, no habiendo visitado nunca las localidades del Partido.

En relación a la **demanda actual**, se observa lo siguiente:

- Ésta corresponde principalmente a personas que viven acompañadas de sus familias y parejas, y personas que viven solas.
- En cuanto a las prácticas recreativas elegidas se puede observar que las actividades más relevantes son: estar en familia, reunirse con amigos y descansar.
- Entre las localidades del Partido más visitadas por esta demanda, se encuentran Santa Clara, Mar Chiquita y Mar de Cobo.
- En relación a lo mencionado anteriormente, es importante destacar que la mayoría de esta demanda sólo visita el Partido entre 1 a 5 veces al año y sólo el 15,3% pernocta en el destino.
- En referencia a los principales motivos de la visita, un 22,5% viaja para descansar y un 22,2% para ir a la playa.
- Por otro lado, se le consultó a los encuestados sobre el nivel de satisfacción acerca de diversos servicios, obteniéndose los siguientes resultados:
  - Sólo un 11% calificó como “Bueno” el servicio de alojamiento, mientras que el 76% de los encuestados no pudo responder la pregunta ya que no utiliza el servicio.
  - En cuanto a la gastronomía, el 25% de los encuestados calificó el servicio como “Muy Bueno” y el 44% como “Bueno”; en tanto el 24% de los encuestados no utilizan el servicio.
  - Casi un 60% calificó entre “Muy Bueno” y “Bueno” el servicio de balnearios.
  - El servicio de entretenimiento también obtuvo una buena calificación, con el 54% de los encuestados que lo calificó entre “Bueno” y “Muy Bueno”; sin embargo el 32% no conoce el servicio.
  - En cuanto a los comercios, los residentes encuestados los han calificado de la siguiente manera: “Bueno” (47%) y “Regular” (18%), mientras que el 22% no ha podido valorar el servicio.
  - Por último, en relación al servicio de espacios públicos, más del 70% calificó entre “Bueno” y “Muy bueno”.

Respecto a la **demanda potencial**, se advierte lo siguiente:

- Al igual que la demanda real, se trata de un grupo que vive, predominantemente, con su familia y que, como actividades recreativas de fin de semana, prefiere: estar en familia, reunirse con amigos y mirar tv.

- El principal motivo por el cual los encuestados no han visitado el Partido es por “Falta de Interés” (32,1%), y le sigue un 30,2% que responde porque “No lo conoce”.
- El 72% de esta demanda no suele viajar los fines de semana y fines de semana largos.
- La minoría que sí viaja (28%) lo hacen principalmente por motivos de encontrarse con amigos.
- En cuanto a la demanda potencial que viaja los fines de semana, el 56% pernocta dos noches en el destino.

En suma, por medio del presente estudio se ha podido establecer un perfil tanto de la demanda actual como potencial del Partido procedente de la ciudad de Mar del Plata, pudiéndose describir sus principales características. Resulta conveniente continuar con este tipo de estudios a fin de determinar tendencias en el comportamiento de la demanda como así también ampliar en otros aspectos relevantes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos humanos*. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.
- Mantero, J. C., Bertoni, M., y Barbini, B. (1999). Encuesta a Turistas, encuesta a Residentes en Centros Turísticos del Litoral Atlántico. *Aportes y Transferencias*, 3 (1),13-123.
- Mathieson, A y G.Wall (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.
- Municipalidad de Mar Chiquita (2017), Partido de Mar Chiquita, Provincia de Buenos Aires, recuperado de <http://www.marchiquita.gov.ar/>